# 广播电视新媒体发展研究

摘　要：本文从广播电视新媒体视角出发，阐述新媒体对广播电视发展的积极意义，分析广播电视新媒体发展面临的难题，最终探索广播电视新媒体发展的有效对策，以期为广播电视新媒体发展提供借鉴。

关键词：广播电视；新媒体；发展
中图分类号：G220.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）09-069-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.09.018

文 / 宋朔论



## 引言

随着移动终端以及互联网技术的普及，新媒体渐渐走进大众视野并得以快速发展。新媒体在讯息内容传递方面具有互动、便利以及高效等优点，原有广播电视媒体在此冲击下应及时改变与调整。虽然新媒体具有较多优点，但原有电视媒体依然具有不可或缺的优势。比如，原有电视媒体在信息制作层面可实现纵深与垂直，在节目中可用较长时间对某个内容进行深度探讨，并清晰阐述。新媒体作为一种形态，其主要借助现代化手段实施信息传播，且涵盖领域极为宽泛，如移动端媒体、网络媒体、数字刊物等。因而，在新媒体背景下，研究广播电视新媒体发展趋势具有重要价值。

## 1. 新媒体与广播电视相关概述

### 1.1 新媒体内涵

现代媒体凭借数字技术实现信息传递，传统媒体则通过导线或无线电波实现信息传递。新媒体意指当下万物皆媒的一种环境，简而言之，新媒体即一种环境。新媒体作为新技术支撑体系背景下的媒体形态，譬如触摸媒体、数字报刊、移动电视、数字电影等。相较于传统四大媒体而言，新媒体被称为“第五媒体”。新媒体作为相比宽泛的概念，其借助网络技术与数字技术，经过电脑、互联网、手机与电视等终端为受众提供娱乐服务与信息。严格来讲，应将新媒体称为数字化媒体。新媒体并非新型或者新兴媒体的统称，其具备相对精准的概念。新兴媒体或新型媒体均是新媒体，是相对狭义的概念，且这一概念无法满足我国新媒体发展要求，对行业沟通、交流也具有不利影响。因此，业界对新媒体进行研究与海量数据分析，并总管业界对新媒体的看法及认知，融合消费者观念，归纳出新媒体相对精准的定义。关于新媒体定义现今共有十余种，被归纳为新媒体的介质从电视、网络媒体及手机媒体，到新兴媒体中的户外高清视频、车载电视与楼宇电视等。业界将新媒体界定为移动媒体与网络媒体，并由此明确新媒体编辑框架和对象。

### 1.2 广播电视内涵

广播电视作为传统媒体的代表，其凭借导线或无线电波传输视频、声音与图像。若只能传播声音，称作声音广播，若可同时传播声音与图像，则称作电视广播。从狭义视角而言，广播是借助导线与无线电波，仅利用声音传递信息；从广义视角而言，广播涵盖人类认知中包含的仅有声音的广播与声音和图像共存的电视。广播电视具有三大功能：其一，宣传功能。即通过广播电视这一具备现代化特征的大众传播媒介，实时传播党的政策、路线与方针，以及社会大众在党的政策、路线与方针引导下所获取的成就。其二，教育功能。及借助广播电视向大众宣传知识，尤其是现代科技知识，持续提升国民科学文化素养。其三，监督功能。即通过广播电视监督社会经济活动，监督舆论，以树立社会正气。除此之外，广播电视还具备三大特征：形象化，通过图像与声音的方式传播信息；及时性，通过电波速度传输信息；广泛性，广播电视是覆盖面最为宽泛的传播媒介。

## 2. 新媒体对广播电视发展的积极意义

### 2.1 覆盖面广，传播速度加快

在信息内容传递与制作方面，原有广播电视媒体需采集足够的信息，从而编辑并制作媒体内容，随后通过一系列审查与修正等工作流程，最终面向受众群体。然而，新媒体在信息内容制作层面，将主动权交由受众群体，所有受众均可创作媒体内容，并且自身不仅是信息制作者，也是信息审核者。因而，受众在内容编制方面存在较大的自由性。由内容编制到信息发布时间更短，流程更为高效。在信息时代环境下，这一高速反应的信息功

能受到国民群体的广泛喜爱。除此之外，新媒体不但具备信息覆盖范围广的优势，还具有信息传递速度快的优点。在一条信息内容编制完成后，发表者可将其公布在互联网平台中，使信息通过新媒体平台快速流传。

2.2 信息传递内容多元，形式灵活

相较原有广播电视媒体而言，新媒体传递信息更为多元化。原有广播电视被传播载体约束，且内容相对单调。新媒体可凭借互联网优势，在多个平台中进行信息创作与发表。新媒体平台的差异对信息内容的界定具有差异化，譬如，快手与抖音等新媒体平台均以短视频为主。然而，微信公众号与微博等平台均将图片与文字内容视作主要部分。喜马拉雅与荔枝等平台则将音频作为主要内容。新媒体平台的大量涌现，促使新媒体内容更加丰富，促使信息传递内容多元化发展。同时，在信息传递形式层面，新媒体则更显灵巧。移动终端的持续进步促使新媒体信息可基于平板、计算机与手机等工具实施传播，并冲破地域及时间制约。

## 3. 广播电视新媒体领域发展特征

3.1 产业链复杂化

产业链是指依据一定上下游关联整合成的产业部门构成的链条，每个产业部门间均可互相影响、互相依存。现阶段，我国电视新媒体的发展渐渐呈现出产业链复杂化现象。一方面，在当今技术条件背景下，电视新媒体行业原有产业链被打破，且受技术和市场因素影响，致使广播电视新媒体产业链中的多个环节均展现出分化或者分离情况，主要呈现为网络和电视台相分离，节目内容制作和电视台分离等。另一方面，在三网融合环境下，广播电视新媒体产业链在分化与分离的同时，其产业链也在转型发展。由于技术环境的改变，市场资源和媒体资源均随之发生变化，海量资源被有效应用。因此，电视新媒体行业竞争日益激烈，进而在一定程度上促进产业链发展与转型。

3.2 节目制作与播出脱节

广播电视业务在原有模式下，不论是节目制作还是节目播出，均将媒体频率与频道作为独立单位，处于制作与播出一体化的业务形态。在此模式下，新媒介渠道的产生需经过完整的业务结构和组织制定，从而完成媒体构建。但是，在全媒体背景下，新媒体融合广播电视后，由于各个模块功能存在差异，且互相独立，因而媒体融合发展同步形成制作与播出脱节的业务模式。具体而言，节目制作与播出脱节，即将媒介业务实施功能版块划分，并依据各项业务间存在的流程联系，构建将平台作为基础，节目内容生产、播出及营销等功能独立并互相配合的业务形式。当前，电视新媒体业务结构中涵盖三大核心功能版块，即结合节目内容生产、播出控制与全媒体，这些核心功能版块以此构建的业务平台具备相较独立的运营机制，但是各个版块间还可有机融合，进而形成相对完整的新媒体架构。

3.3 组织结构扁平化

随着广播电视新媒体发展进程加快，新型业务架构与组织架构的改变具有直接关联。在制播分离的广播电视业务形态下，电视新媒体发展过程中衍生了以广电全媒体作为主导，内部互动性强的扁平化组织结构。原有媒体业务背景下的组织结构呈现为垂直化形式，而我国广播电视新媒体产业组织架构在历经从中心制到频道制的转型后，渐渐衍生出各个频道间互相独立的形态。新媒体行业组织架构扁平化形式虽将广电全媒体作为主导，依序平行建设核心功能平台，但是与原有的中心制依然存在实质上的区别。原有的组织架构中心制将职能视作中心，经过多个职能的配合一同完成工作。然而，现阶段广播电视新媒体业务平台虽呈现平行状态，但存在上下级的产业链关系。新媒体背景下的广播电视组织架构扁平化和频道制间的竞争并不发生冲突，而是为广播电视市场渠道与功能延伸提供有力支持。

## 4. 广播电视新媒体进步发展面临的难题

4.1 广播电视领域同质化严重

从广播电视现状可看出，当今电视新媒体行业同质化现象较为严重。若某一电视台推行受观众喜爱的节目，其他电视新媒体均争相效仿，并推行与之相似的节目。例如，近年来，我国较为热门的节目《演员的诞生》到现今的《演员的品格》与《我就是演员》，这类模仿形式，在短期内顺应握市场当下要求，也可获取较佳的经济收益。但是，从长期视角而言，同质化现象对电视新媒体的进步与发展具有消极影响。社会中涵盖的海量“跟风”节目，一方面对新媒体节目多样性造成损害，另一方面，导致有效资源被浪费。另外，由于部分电视媒体资金或自身能力欠缺，便选择引进口碑较佳的节目，此方法欠缺一定合理性。不但会对媒体自身品牌形象与经济效益产生反向影响，而且导致不良风气的产生，这对我国广播电视的发展具有消极影响。

4.2 专业人才稀缺

广播电视领域对人才培育模式及其基本形式，为广播电视媒体领域输送较多优秀人才。但是，伴随科技与社会的进步，广播电视新媒体行业对人才要求逐渐提高，陈旧的人才培育模式已难以适应社会现代化发展，导致国家广播电视新媒体领域专业人才十分短缺，而专业人才稀缺对广播电视新媒体领域进一步发展产生了一定约束。现阶段，广播电视领域人才知识结构较为滞后，对互联网通信技术与新媒体技术的应用重视度偏低。广播电视新媒体要想取得更好的进步和发展，应进一步健全专业人才培育体系。但在实际人才培养中，对项目管理、能力培养以及战略规划知识等重视不够，导致我国当下面临专业人才紧缺的严峻问题，对国家电视新媒体行业进步、发展造成阻碍。

4.3 多元媒体冲击

计算机网络技术与科技的持续发展，使新媒体领域在当今社会中发展态势极为迅猛。同时，媒体形式逐渐趋向多样化，这在一定程度上使原有广播电视受众被分流，原有广播电视媒体并未充分运用现代化科技，其发展面临一定难题，这与以往的广播电视管理体系正相关。广播电视媒体运营机制相较健全，并且，国家对广播电视的管控相较新媒体管控更为严谨、严肃。虽然，近年来，相关部门对广播电视的管控力度有所降低，但由于固有思维，使其创新能力与意识受到部分因素制约。

## 5. 广播电视新媒体进一步发展的有效对策

5.1 发掘新媒体营销价值

传统媒体和新媒体在实质上均是信息传递媒介，其能够为媒体平台产生经济收益，在多数情况下，只有能够获取经济收益的媒体，才会被平台发展与运营。广播电视新媒体想要发挥自身信息价值需借助营销实现。而新媒体在成立初期便需要取得多数受众的认同，通过受众认同进一步扩张广告效果，以此产生较好的经济效益。有效提升新媒体营销价值是当今广播电视领域面临的困境。因此，广播电视工作者应摆脱定势思维，探究电视媒体发展新模式，发挥新媒体互动性优势，进而充分发掘新媒体营销价值。

5.2 强化内部资源整合

在新形势下，新媒体对广播电视造成极大挑战，原有广播电视媒体需重新认知自身领域的特征，并对内部资源实施整合，这样才可高效应对新媒体领域的挑战。在平台技术与互联网技术前提下，新媒体平台可在信息推送的同时，实现与用户群体间的高效互动。在此状况下，广播电视应及时认知到行业间存在的差距，强化内部资源整合，顺应新时代广播电视新媒体发展。比如，在电视新媒体节目播出时，可通过有场外热线电话与现场连线等路径，对观众根据节目内容反馈实施互动，并解答观众疑问，促使节目热度与关注度的持续提高，并持续强化观众对节目的参加度。除此之外，还可对当下广播电视媒体现存的网络平台进行资源整合，设计互动答疑板块，使观众深度探讨节目内容，使观众进一步深入认知信息内容。

5.3 培养电视新媒体专业人才

结合当今广播电视媒体产业对人才的实际要求，培育出的人才应顺应广播电视媒体领域发展要求，熟练掌握电视新媒体相关技术，并且还应具备较强的适应能力、创新意识和创新能力。第一，多元化设置职业定位。据研究表明，广播电视新闻相关专业学生通常会在电视媒体与广播等行业内定位自身职业，其定位较片面与狭窄。针对这一现状，应引导学生群体多元定位自身职业，并在多领域择选就业岗位，最大限度符合广电新媒体领域发展对人才的要求。第二，致力于提高人才新媒体技术使用能力。当下，电视新媒体快速发展，市场竞争力提高，使电视新媒体领域所需专业人才数量也呈增长态势。因此，无论是学校还是企业，均应注重新媒体技术层面的培养，并开展具备个性化以及针对性的人才培育工作。在实际培育中，还应彰显受培育者的优势和个性，从而为电视新媒体领域输送专业人才。

5.4 推动新媒体和广播电视深度合作

近几年，媒体融合发展，新媒体发展态势极佳。在新媒体持续健康发展的环境下，广播电视媒体产业只能通过与新媒体进行深度合作，扬长避短，落实信息传递成果以及信息传递效率的有效提高，进而推动广播电视新媒体产业的进一步发展。譬如，节目在广播电视中播出时，还可在其隶属的新媒体平台中同步播放。这一方式，可高效提高广播电视媒体内容传递的时效性与及时性。除此之外，运用广播电视下属新媒体平台，可及时接收用户体验反馈，促使广播电视新媒体内容制作及节目播出均可得到发展与完善。

## 结语

综上所述，新媒体在网络信息时代凭借各类移动终端助力，在各个领域得到全面发展。对于新媒体对广播电视媒体领域产生的挑战，原有广播电视媒体产业只有充分认知新媒体对其自身发展的积极意义，通过强化内部资源整合，培养电视新媒体专业人才，推动新媒体与广播电视深度合作，电视新媒体才能够实现长远发展。媒

## 参考文献

[1] 西洛．新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展研究[J]．传媒论坛，2019，2（9）：27，29.

[2] 胡安川．新媒体环境下广播电视与新闻媒体的融合与发展研究[J]．传播力研究，2018，2（30）：76，78.

[3] 蒋茂彪．在融合背景下县级广播电视媒体发展方向的探析和思考[J]．中国有线电视，2017（2）：121-123.

[4] 刘立军．新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展研究[J]．中国传媒科技，2017（1）：67-68.

（作者单位：河南财政金融学院）